

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia periklanan saling melakukan persaingan yang ketat untuk berlomba-lomba menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Para perusahaan berusaha membuat iklan semenarik mungkin agar produknya tetap eksis di kalangan masyarakat. Iklan sebagai pesan dari produk, jasa atau ide yang disampaikan kepada masyarakat melalui suatu media yang diarahkan untuk menarik konsumen (Kasali dalam Dewi, 2012:14). Masyarakat yang semakin cerdas dan teknologi yang semakin berkemajuan, menuntut para perusahaan menampilkan iklan yang mampu meyakinkan pada konsumen dan memuat konsumen fokus pada isi iklan yang disampaikan perusahaan. Agar tujuan dari iklan tercapai, iklan disampaikan secara kreatif dan persuasif agar mampu meyakinkan konsumen dalam meyakini isi pesan serta memberi perhatian pada merek (Legasari dkk, 2013:5).

Majunya teknologi saat ini menjadikan masyarakat menjadi lebih konsumtif. Tidak bisa dipungkiri saat ini anak usia 3 tahun saja sudah ketergantungan menikmati canggihnya teknologi. Para lansia juga tidak kalah, diumur yang sudah tidak muda lagi, mereka masih mampu menikmati canggihnya teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi membuat masyarakat Indonesia sebaiknya jangan tertinggal dengan negara lain. Hal ini dipertegas dengan survey yang dilakukan oleh Global Digital Report We Are Social dalam <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018> bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 13 juta orang. Jumlah ini menunjukkan bahwa setengah atau lebih dari 50% penduduk Indonesia telah mengakses internet. Sementara dilaporkan yang salma dijelaskan dari ratusan juta pengguna internet di Indonesia tersebut 60% telah mengakses internet menggunakan ponsel pintar (*smartphone*).

Iklan teknologi bisa dijadikan sebagai bahan ajar dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Kurikulum 2013 yang menuntut siswa aktif dan berkembang

tidak hanya dari satu sumber (guru), menjadikan guru mencari bahan ajar yang menarik dan sesuai dengan perkembangan teknologi. Misalnya, iklan penawaran laptop, telepon genggam, komputer, dll. yang membanggakan dan memotivasi dapat diterapkan pada Kompetensi Dasar Dasar 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. Guru bisa menjadikan iklan teknologi sebagai bahan ajar pada pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP Kelas VIII.

Banyaknya bentuk iklan yang diproduksi oleh perusahaan telepon genggam, iklan dalam bentuk cetak atau yang ditampilkan diberbagai majalah, koran dianggap memberikan dampak keefektian yang tinggi. Melalui iklan tersebut, banyak informasi yang dapat kita peroleh, salah satunya bentuk idiomatik yang ada dalam iklan teknologi. Kalimat dalam iklan bermacam-macam jenisnya, salah satunya yaitu kalimat motivasi. Kalimat motivasi dalam iklan biasanya bertujuan untuk memotivasi para pembaca agar membeli atau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengambil judul penelitian “KALIMAT MOTIVASI DALAM IKLAN TEKNOLOGI SEBAGAI BAHAN AJAR PADA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP KELAS VIII”. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu (a) kalimat motivasi apa sajakah yang ada dalam iklan teknologi di berbagai sumber (b) kalimat motivasi yang idiomatik dan (c) pemanfaatan kalimat motivasi idiomatik dalam iklan teknologi di berbagai sumber untuk pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP Kelas VIII.

B. Rumusan Masalah

Ada tiga rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

1. Kalimat motivasi apa sajakah yang ada dalam iklan teknologi di berbagai sumber?
2. Bagaimana kalimat motivasi yang idiomatik?

3. Bagaimana pemanfaatan kalimat motivasi idiomatik dalam iklan teknologi di berbagai sumber untuk pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP Kelas VIII?

C. Tujuan Penelitian

Ada tiga tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

1. Mengidentifikasi kalimat motivasi dalam iklan teknologi di berbagai sumber.
2. Mendeskripsikan kalimat motivasi yang idiomatik.
3. Memaparkan pemanfaatan kalimat motivasi idiomatik dalam iklan teknologi untuk pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP Kelas VIII.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoretis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian yang menggunakan kajian bentuk idiomatik yang terdapat pada kalimat motivasi dalam iklan teknologi.

2. Secara Praktis

Ada dua manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini. Bagi pembaca penelitian ini dapat dijadikan sumber bahan ajar guru dalam pembelajaran SMP berdasarkan kurikulum 2013 Kompetensi Dasar 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. Bagi peneliti dapat menjadi tambahan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam menemukan bentuk idiomatik pada iklan teknologi.